
















**Top 5** du mois de juin 2011  
Renault sur les chapeaux de roues

	<b>1 Renault</b>	<b>5 691 (-6%)</b>
	<b>2 Hyundai</b>	<b>4 476 (+-9%)</b>
	<b>3 Peugeot</b>	<b>3 901 (+3%)</b>
	<b>4 Chevrolet</b>	<b>2 364 (+14%)</b>
	<b>5 Toyota</b>	<b>1 860 (+-3%)</b>

**Meilleures ventes par modèle**

<b>1</b>	<b>Renault Symbol</b>	
	 <b>2 613</b>	<b>-1%</b>
<b>2</b>	<b>Peugeot 207</b>	
	 <b>2 275</b>	<b>+31%</b>
<b>3</b>	<b>Hyundai Atos</b>	
	 <b>1 783</b>	<b>-11%</b>
<b>4</b>	<b>Hyundai Accent</b>	
	 <b>1 534</b>	<b>-10%</b>
<b>5</b>	<b>Toyota Hilux</b>	
	 <b>1 451</b>	<b>+11%</b>

MARQUES	JANVIER JUIN 2010	JANVIER JUIN 2011	%
RENAULT	26161	32352	+24%
HYUNDAI	14423	22678	+57%
PEUGEOT	10912	18831	+73%
TOYOTA	12821	14248	+11%
CHEVROLET	10870	11332	+4%
DACIA	11145	9684	-13%
KIA	4869	8381	+72%
VOLKSWAGEN	5775	7150	+24%
FORD	1499	2458	+64%
MITSUBISHI	862	1634	+90%

MODELES	JANVIER- JUIN 2010	JANVIER- JUIN 2011	%
RENAULT SYMBOL	12565	17390	+38%
IMV HILUX	7608	9659	+27%
207	4288	9185	+114%
ATOS	4658	7783	+67%
ACCENT	4188	6901	+65%
LOGAN	8534	6339	-26%
CLIO3	5474	5785	+6%
PICANTO	2343	5082	+117%
AVEO	5794	4635	-20%
YARIS	2573	2409	-6%

**BILAN DU PREMIER SEMESTRE 2011**

## Des ventes en hausse et qualité de service en déclin

Le marché de l'automobile en Algérie a clôturé le premier semestre de l'année en cours par des résultats de vente en nette croissance comparativement à ceux de l'exercice dernier.

Une performance qui nous interpelle, non pas pour l'importance de son évolution, mais bien plus par la remise en cause sans appel de toute l'approche gouvernementale concernant ce secteur.

Le cumul des ventes de l'ensemble des concessionnaires installés dans notre pays pour la période allant de janvier à juin 2011 atteindrait les 155 000 unités vendues. Un résultat inédit dans les annales du marché et, qui soit dit en passant, n'a pas été réalisé même durant la période «faste» du crédit automobile. Et si les pouvoirs publics, en décidant de sa suppression, pensaient juguler un tant soit les dépenses des ménages et «préserver leur pouvoir d'achat», ils se rendent compte aujourd'hui qu'ils sont, encore une fois, en totale opposition avec les attentes de ce peuple.

### Les raisons d'un engouement

Les raisons de cet engouement particulier pour la voiture de la part des Algériens ne nécessitent pas une qualification scientifique ou stratégique pour les situer et les analyser. C'est d'abord, le besoin d'une mobilité autonome et digne qui se fait de plus en sentir, face à une défaillance récurrente d'un transport en commun inefficace et où règnent incivilité et insécurité. L'Algérien n'hésite pas à racler les fonds de ses tiroirs, à optimiser ses dépenses et au besoin faire appel à la solidarité familiale pour accéder au statut tant convoité d'automobiliste libre de ses actes et de ses déplacements.

Ensuite, et sachant que le marché local affiche toujours une nette préférence pour le prix, les véhicules bénéficiant d'une tarification «abordable», et surtout d'une politique de promotion convaincante pro-



Des immatriculations en progression continue.

Photos : DR

posée par les concessionnaires, continuent d'avoir le vent en poupe et représentent plus de 60% des ventes globales. Mais cette propension, du reste légitime, repose également sur un critère désormais fondamental, en l'occurrence, la qualité d'un service après-vente aux standards internationaux. Un élément déterminant dans le choix du véhicule. Et ce n'est point par hasard que, Renault, consolide pour la 3<sup>e</sup> année consécutive sa position de leader incontesté du marché algérien.

Des investissements en développement continu, des équipements modernes et adaptés aux attentes et exigences des clients, le meilleur réseau d'agents agréés à travers l'ensemble du territoire national, une disponibilité à toute épreuve de la pièce de rechange d'origine, un service commercial accueillant et une politique de marketing et de communication performante et agressive. Autant de considérations de premier ordre pour un concessionnaire automobile et autant d'attentes légitimes également de la part des clients.

### Beaucoup reste à faire

Certes, en l'état actuel du marché de l'automobile dans notre pays le constructeur Renault se démarque nettement du reste de la colonie, mais des efforts sont toutefois accomplis par d'autres concessionnaires pour s'élever à des niveaux de qualité plus importants et répondre ainsi aux exigences de leur clientèle. Chez les autres, beaucoup

reste à faire, depuis l'accueil du client dans les showrooms jusqu'au service après-vente en passant par la livraison.

Une situation qui est aggravée encore davanta-

qui confirme son leadership avec un volume global de 32 352 ventes, soit une croissance de 24% par rapport à 2010. Près de 10 000 unités le sépare de son poursuivant, le coréen



ge par le manque de disponibilité chronique et généralisée de véhicules et la pression qui est donc exercée sur les services commerciaux de certains concessionnaires qui deviennent, de ce fait, peu regardant sur la qualité de l'accueil et des prestations offertes aux clients. Les délais de livraison s'étirent en longueur et le paiement de la totalité du prix de la voiture est même suggéré par certains agents pour «faire aboutir rapidement» la commande. Une pratique illégale et en violation du cahier des charges instauré par les pouvoirs publics.

On a longtemps plastronné sur la professionnalisation de ce métier mais certaines mauvaises habitudes ont décidément la peau dure.

Cela étant, les résultats de ce 1<sup>er</sup> semestre laissent apparaître une première place occupée par Renault

Hyundai qui arrive en 2<sup>e</sup> place avec 22 678 ventes et un taux de croissance de 57%.

Nous retrouvons en 3<sup>e</sup> place Peugeot qui enregistre des résultats positifs avec 18 831 ventes et le meilleur taux de croissance, à savoir 73%.

Il est suivi par Toyota qui totalise 14 248 ventes pour un taux de l'ordre de +11% et à la 5<sup>e</sup> position, on retrouve Chevrolet avec 11 332 véhicules vendus et le plus faible taux de progression, soit +4%. Pour le second semestre, il est attendu que cette tendance se poursuive encore compte tenu de carnets de commande saturés chez un grand nombre de concessionnaires avec sans doute un léger fléchissement lors de la rentrée scolaire et sociale... Souhaitons qu'il en sera de même pour la qualité de service.

B. Bellil